

Moritz, Peter

Fernsehen als Ideologie (Teil 1). Über die Fragwürdigkeit des Fernsehens und noch fragwürdigere Theorien

Pädagogische Korrespondenz (1994) 13, S. 42-66



Quellenangabe/ Reference:

Moritz, Peter: Fernsehen als Ideologie (Teil 1). Über die Fragwürdigkeit des Fernsehens und noch fragwürdigere Theorien - In: *Pädagogische Korrespondenz* (1994) 13, S. 42-66 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-59206 - DOI: 10.25656/01:5920

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-59206>

<https://doi.org/10.25656/01:5920>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<https://pk.budrich-journals.de>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, veröffentlichen oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

ESSAY

- 5 *Michael Tiedtke*
Vielfalt statt Einheit
Überlegungen aus Anlaß der pädagogischen Reformation des Ostens

DAS AKTUELLE THEMA

- 22 *Karl-Heinz Dammer/Andreas Gruschka*
Reaktionen auf Barbaren und die Pädagogik der Entbarbarisierung

DISKUSSION

- 36 *Eike Pulpanek*
Warnung vor didaktischen Illusionen

AUS DEN MEDIEN

- 42 *Peter Moritz*
Fernsehen als Ideologie (Teil I)
Über die Fragwürdigkeit des Fernsehens und noch fragwürdigere Theorien

BERICHT AUS DER FREMDE

- 67 *Gaby Späker*
Europa

DIDAKTIKUM

- 76 *Andreas Gruschka*
Schöner Sehen in schlechten Zeiten!

DOKUMENTATION

- 85 *Michael Tischer*
Ist's gestattet?

Peter Moritz

Fernsehen als Ideologie (Teil I)

ÜBER DIE FRAGWÜRDIGKEIT DES FERNSEHENS UND NOCH FRAGWÜRDIGERE THEORIEN

I

Der Titel scheint zu verraten, daß der Autor Fernsehen für etwas Gefährliches hält. – Und tatsächlich legt nicht nur die belletristische Literatur nahe, Fernsehen, als Medium oder Programm, für gefährlich zu halten. Vorweg seien dafür zwei literarische Beispiele angeführt:

Die von George Orwell in seinem berühmten Roman »1984« erdachte Apparatur einer totalen Überwachung, der sogenannte »Televisor«, erfüllt seine Aufgabe einer allumfassenden sozialen Kontrolle prächtig: »Wie oft und nach welchem System die Gedankenpolizei sich in einen Privatapparat einschaltete«, so beschreibt Orwell den Überwachungsmechanismus, »blieb der Mutmaßung überlassen. Es war sogar möglich, daß jeder einzelne ständig überwacht wurde. Auf alle Fälle aber konnte sie sich, wenn sie es wollte, jederzeit in einen Apparat einschalten. Man mußte in der Annahme leben – und man stellte sich tatsächlich instinktiv darauf ein –, daß jedes Geräusch, das man machte, mitgehört und [...] jede Bewegung beobachtet wurde.« Als Nutznießer dieses Horrorszenarios tritt eine privilegierte Minderheit auf, die von der Unterdrückung der anderen profitiert. Die Allgegenwart des Orwellschen Überwachungsapparates dringt bis in die intimste Sphäre vor, deren erzwungene Öffentlichkeit bei der Bevölkerung Unwohlsein und Angst hervorrufen. Die Bewachung wird als technisch perfektionierter Voyeurismus betrieben und erfahren.

Ganz anders Aldous Huxley: Die Realität des »Big brother is watching you« weicht in der »Schönen neuen Welt« einer Praxis, die der offenen Repression als Mittel einer rigiden sozialen Kontrolle nicht mehr bedarf; in der die Unfähigkeit zu leiden und zu fühlen den Stumpfsinn einer normierten verwalteten Welt erzeugt. Das Neue an ihr besteht nicht in der sanktionierten Konformität, sondern in der allumfassenden Konditionierung, die die Menschen, weil sie es nicht anders gelernt haben, dazu veranlaßt, sich freiwillig einem mechanisierten Leben zu unterwerfen – ohne dabei Mißbehagen zu empfinden. In »1984« werden die Menschen kontrolliert, indem man ihnen Schmerz zufügt; in der »Schönen neuen Welt« werden sie dadurch kontrolliert, daß man ihnen Vergnügen zufügt.

Diese düstere Sicht von Orwell bis Huxley auf die Dienlichkeit des Mediums Fernsehen für Zwecke der herrschaftsstabilisierenden Überwachung unterscheidet sich dadurch, daß bei jenem die Repressivität des Machtapparates offenliegt,

wohingegen dieser prognostisch die Täuschung über den repressiven Charakter des medial inszenierten Vergnügens einschließt – damit als die raffiniertere Variante sich darstellt.

Beide Autoren waren Literaten, keine Wissenschaftler. Ihren Prognosen eignet etwas Arbiträres, zumal sie Utopien entwarfen, ihrer Zeit damit vorausseilten, um ihren Zeitgenossen mit einem prekären Anspruch auf Realismus die Implikationen der Gegenwart aufzudecken. Des Pessimismus ihrer Utopien kann man sich nicht dadurch entledigen, daß man heute, nachdem Fernsehen seit dreißig Jahren massenhaft verbreitet ist, feststellt, daß es so schlimm ja gar nicht gekommen sei. »Big brother« ist zwar nicht leibhaftig geworden, aber der gesellschaftliche Umgang mit dem Fernsehen läßt den amerikanischen Medienkritiker Neil Postman in seinem Buch »Wir amüsieren uns zu Tode« gleichwohl die Erfüllung der Huxleyschen Erwartung konstatieren: Ständiges Amusement, an den Standards des Mediums ausgerichtet, lenke die Menschen von ihren elementaren Interessen ab – zum Gefallen der Machthaber, die ungestört ihr eigenes Interesse, den Machterhalt, verfolgen und obendrein in den Fernsehaufsichtsräten noch kräftig mitmischen.

Natürlich wird auch diese Behauptung Zweifel hervorrufen. In der darüber zu führenden Diskussion dürften neben Orwell und Huxley die Seherfahrungen der Disputanten eine wichtige Rolle spielen, also der individuelle Geschmack, das »Risikobewußtsein« von den unterstellten Wirkungen des Fernsehkonsums auf die Disposition Jugendlicher zur Gewalt, aber auch auf die kognitive und emotionale Entwicklung der Heranwachsenden (übrigens konsumieren viele Erwachsene ebenso häufig und hemmungslos – eine Tatsache, die, wenn »Erwachsene« sorgenvoll über den Schaden debattieren, den das Fernsehen ihren Kindern möglicherweise antut, weitgehend außer Betracht bleibt). Solche Diskussionen werden gegenwärtig ohne den Verweis auf die veralteten Utopien geführt; sie sind ebenso unvermeidlich wie konfus: Pädagogen, Psychologen, Sozialphilosophen, Kultur- und Kommunikationswissenschaftler, last, but not least Soziologen – also allesamt Wissenschaftler – beteiligen sich an solchen Diskussionen, bei denen erstaunlicherweise kaum mehr herauskommt als das, was Orwell und Huxley vor einem halben Jahrhundert formulierten und an Widerspruch damals schon provozierten.

Das Chaos von qualifizierten und unqualifizierten, affirmativen, mystifizierenden und dämonisierenden Haltungen, Einschätzungen und Stellungnahmen zu Wesen und Wirkung des Fernsehens wird im folgenden darzustellen versucht. Diese Übersicht läßt eine weitere Deutung des Titels zu: Fernsehen ist vor allem deshalb Ideologie, weil über das Medium ein evident falsches Bewußtsein zu herrschen scheint. Dies zunächst wäre aufzuklären, ehe die Frage beantwortet werden kann, ob das Fernsehen nicht mehr als die Ideologie seiner selbst ist. Die Antwort wird auf Grundlage einer empirischen Untersuchung zur TV-Serie »Lindenstraße« im nächsten Heft der Pädagogischen Korrespondenz zu geben versucht.

II

STRUKTURWANDEL DER MEDIENLANDSCHAFT

Nachdem das Bundesverfassungsgericht vor wenigen Jahren urteilte, daß neben öffentlich-rechtlichen auch privatwirtschaftlich organisierte Sender in der Bundesrepublik betrieben werden dürfen, setzte ein kalkulierter Wettbewerb um Marktvorteile und Einschaltquoten ein. Der Rundfunkstaatsvertrag schrieb die duale Ordnung fest und brach die Vormachtstellung von ARD und ZDF. Die Stimmung dort zeichnet sich nicht nur wie bisher durch das Polit-Gerangel um einflußreiche und hochdotierte Posten aus, sondern auch durch eine fatale Strategie der Angleichung und Anbiederung an konfektionierte Unterhaltungsware. Die Intendanten und leitenden Redakteure versprechen sich vom alerten Mitreiten auf der populären Unterhaltungswelle, die davonlaufenden Zuschauer aufzuhalten. Wiewohl der temporäre Erfolg allenfalls darüber hinwegtäuschen hilft, daß die Mitte der achtziger Jahre von politischer Seite her angeordneten strukturellen Eingriffe in die Medienlandschaft ein auf Gebührenfinanzierung basierendes öffentlich-rechtliches Fernsehen weitgehend haben obsolet werden lassen, so ist andererseits eine innergesellschaftliche Organisation nicht zu leugnen, die jene Entwicklung begünstigt, die hierzulande unter dem Schlagwort »Amerikanisierung« firmiert.

Unter Amerikanisierung wird die Verflechtung von Großverlagen, Printmedien, Fernsehen und Hörfunk verstanden (wobei allerdings in den USA die Sphären von Produktion und sendenden Networks aus kartellrechtlichen Gründen weitgehend voneinander geschieden sind). Die cross ownership bewirkt, daß die kommerziell betriebenen Sender sowie die mit ihnen polit-ökonomisch verflochtenen großen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage wechselseitig aufeinander verweisen: Springer-Presse, deren Beteiligung an SAT 1; Bertelsmanns nahezu 40%ige, über die eigene Tochter UFA gesicherte Beteiligung an RTL; der Filmhändler Leo Kirch, der mit seinem Sohn an fünf TV-Sendern beteiligt ist und selbst die Öffentlich-Rechtlichen mit standardisierter Ware beliefert; stern TV; Spiegel-TV, dessen Verlag neben Alexander Kluges DCTP mit 12,5% am Nachrichtensender VOX beteiligt ist, der wiederum mit jeweils 20% und 25% von einer Tochtergesellschaft der Süddeutschen Zeitung sowie dem Bertelsmann-Konzern beherrscht wird, bilden lediglich die Spitze des hiesigen Medien-Dschungels. RTL, der Marktführer unter den kommerziellen Sendern, führt vor, wie sich nach amerikanischem Muster europäische Networks herausbilden, an denen sich wiederum amerikanische – oder strukturell angegliche – Networks beteiligen (wie im Falle der 30%-Beteiligung von Time Warner International, dem weltgrößten Medienkonzern, am Nachrichtensender n-tv): RTL fungiert als deutsche Station des internationalen Networks CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télévision). Diese Verflechtungen führen zu einem verschärften Wettbewerb, bei dem immense Kapitalien aufgebracht und verwertet werden, um über Tochtergesellschaften wie der Springer/Kirch-eigenen ISPR oder der UFA einschaltquotensteigernde Lizenzen und Übertragungsrechte zu erwerben.

Das in den fünfziger und sechziger Jahren mit allen Geburtsfehlern des restaurativ-autoritären Adenauerstaates entstandene öffentlich-rechtliche Fernsehen geht derzeit unter, weil es allgemeinen Marktmechanismen ausgesetzt ist. Der Staat,

dem es dienen sollte (wie vor allem das ZDF), hat den beträchtlichen Kapitalien der Privatsender nichts entgegenzusetzen, das die Erhaltung einer nicht evidente Zuschauerpräferenzen berücksichtigenden Programmstruktur garantieren könnte: Der Staatsfunk steht vor seinem Ende. Fernsehen ist nicht mehr funktionales Megaphon der jeweils die Mehrheit stellenden Clique, sondern ein profitables Geschäft, das nach anderen Regeln abläuft, als Provinzpolitiker sich wünschen mögen.

III

ÜBER DEN ERHOFFTEN NUTZEN WAHRHAFTIGER INFORMATION

Zu Beginn der frühen neuzeitlichen Aufklärungsphilosophie kämpfte Francis Bacon in seinem »Novum Organon« gegen die *idola fori*, gegen die allgemein verbreiteten und massenwirksamen Vorurteile, die ihrerseits nicht auf dem Fundament eigener, sondern auf dem der in den Begriffen erstarrten Erfahrung gründeten. – Vier Jahrhunderte später scheint die »Befreiung der Vernunft«, wie Bacon sie durch die Begründung einer vorurteilsfreien, auf Erfahrung beruhenden neuen wissenschaftlichen Methode zu verwirklichen suchte, aktueller denn je. Heute stehen moderne Methoden bereit, gesamtgesellschaftliche Phänomene als soziale Funktionen zu analysieren und deren Wirkung zu erhellen.

Zur Tradition der Linken gehört die These, daß durch die neuen Massenmedien, als Instrumente politischer Herrschaft, Einfluß auf das Bewußtsein eines weitgehend indifferent gedachten Publikums genommen werden könnte (»Enteignet Springer!«). Die erhoffte Wirkung entfalte sich durch den von einer herrschenden Clique veranlaßten medialen Transport kalkulierter Inhalte, die die Denk- und Verhaltensweisen der Konsumenten manipulierten. Der in diesem Zusammenhang verwendete Begriff der Manipulation unterstellt sowohl ein unter der Ägide eines allmächtigen und -wissenden Subjekts gelenktes Massenbewußtsein als auch die Verfügbarkeit spezieller Methoden, diese Manipulation gezielt und erfolgreich durchzuführen. Für die heutige Situation erhebt sich allerdings die Frage, ob die Wirkungsweise der Kulturindustrie wirklich in jenen kalkulierten Bahnen verläuft. Die Konkurrenzsituation unter den kommerziellen Sendern, die Vormachtstellung von RTL gegenüber SAT 1 aus rational kaum nachvollziehbaren Gründen¹ sowie die Entwicklung der Öffentlich-Rechtlichen legt eine kritische Prüfung der zitierten These nahe und läßt die Frage wieder offen, ob die »Bewußtseins-Industrie«, nach einem Wort von Marx, tatsächlich nur hinter dem Rücken der Subjekte schaltet und waltet.

Die öffentlich-rechtlichen Anstalten treten nach wie vor mit dem Anspruch auf, einen gesellschaftlich relevanten Auftrag zu erfüllen. Die Zulassung kommerziell betriebener Sender dient ihnen als Argumentationsfolie, sich abzugrenzen sowie die eigene Existenz mit einem Programm zu rechtfertigen, das wegen der Gebührenzwangsfinanzierung auch jene bezahlen müssen, die es gar nicht sehen wollen. Der Anspruch, über bloße Unterhaltung hinauszugehen, mithin einen kulturellen Auftrag zu erfüllen, ist aber nicht erst seit der Einführung privater Sender fraglich. Der dem Medium eigene Scheinrealismus, der potentiell ideologisch ist und die Welt so

darzustellen vorgibt, wie sie »eben ist«, schürt die Erwartung, unter den gegebenen Produktionsverhältnissen objektiv informieren und über das soziale Geschehen aufklären zu können. Mag der Anspruch auf gesellschaftliche Nützlichkeit inhaltlich noch begründet sein – durch die Bedingungen seiner gegenwärtigen Nutzung sowie die dem Medium selbstgesetzten Grenzen wird er sogleich konterkariert. Nicht die Inhalte als solche verzerren das Bild vom wirklichen Leben, sondern die inszenierte Wichtigkeit und das falsche Versprechen auf Authentizität, die positiv als Anspruch an das Medium herangetragen werden. Indem es neue Konsumgewohnheiten hervorbringt, die dem erhobenen Anspruch entgegenstehen, könnte es seine Ziele desavouieren.

Der Anspruch, realistisch zu sein und Bildung zu vermitteln, begleitet die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens seit seiner Etablierung vor mehr als vier Jahrzehnten. Er ist mit der vom Medium produzierten Halbbildung verflochten. Halbgebildete entbehren weitgehend substantieller Erfahrung; sie benötigen darum den medial gebotenen Erfahrungersatz, dessen bloße Registrierung sie zu der falschen Annahme führt, sie verfügten über eine umfassende, »ganze« Bildung. Während in den fünfziger und sechziger Jahren eine ideologiehaltige Botschaft das Publikum im großen und ganzen erfaßte, steht mittlerweile in Frage, ob der Transport von bildungsbürgerlicher Ideologie mit der erhofften Wirkung die Adressaten in nennenswerter Zahl noch erreicht. Die Veränderung läßt sich an der Art und Weise verdeutlichen, wie der sogenannte kulturelle Auftrag heute vom Publikum goutiert wird. In den Anfängen des Fernsehens war allgemein akzeptiert, daß an Feiertagen via TV Kultur und Bildung in Form von »anspruchsvollen« Theateraufführungen vermittelt werden sollte – ein Ritual, das die Vorstellungen vom »guten Ton« dieser Epoche spiegelt. Der Bildungsanspruch durchzieht die Geschichte des Fernsehens bis in die Gegenwart, obwohl er heute weitgehend nivelliert und aus dem Medium gewichen scheint. Das Rezeptionsverhalten hat sich gewandelt. Die Zuschauer scheuen sich nicht, an besagten Tagen die von den kommerziell betriebenen Sendern angebotenen Soft-Pornos zu konsumieren. Diese Entwicklung, die erst durch die Festschreibung des dualen Systems von polit-ökonomischer Seite ihren Schub erhielt, läßt den Warencharakter des Mediums, der immer schon vorhanden war, deutlicher als früher hervortreten. Die Zuschauer nahmen seinerzeit das sogenannte »Bildungsgut« objektiv zwar als Ware an, doch wurde durch die Monopolstellung der Öffentlich-Rechtlichen der Charakter aufgenötigter kultureller Güter weitgehend verschleiert: Auch die, denen ein Fußballspiel anzusehen lieber gewesen wäre, als am Ostersonntag abend eine »Don-Carlos«-Inszenierung zu verfolgen, blieb doch nur der »Don Carlos«, da Fußballspiele an »hohen« Feiertagen als nicht »schicklich« galten und deshalb nicht gesendet wurden.

Da die Partizipation an Halbbildung heute nicht mehr unbedingt zum »guten Ton« gehört, muß die verbreitete Ignoranz keine Sanktionen mehr befürchten und kann sich viel offener präsentieren. Darauf reagieren die Öffentlich-Rechtlichen, um am Markt noch bestehen zu können, mit den zitierten Adaptionen – was sie unweigerlich in eine Zwickmühle geraten läßt: Während die Privaten aus *ihrem* Auftrag, immense Kapitalien zu verwerten und zu maximieren, keinen Hehl machen, geben jene die Nivellierung des Programmnieaus nur halbherzig zu und

leugnen dessen Waren- und Zwangscharakter weiterhin. So läßt ZDF-Intendant Stolte gegen alle Realität noch Ende 1992 verlauten, daß »*Fernsehen mehr* ist als ein *Wirtschaftsgut* wie jedes andere und sich aus einer solchen Verkürzung eine Reihe nicht zu unterschätzender Gefahren für unsere Gesellschaft und Demokratie ergeben. *Fernsehen ist kein Gut wie Brot und Seife*. Fernsehen ist vielmehr vorrangig und seinem gesellschaftlichem Auftrag zufolge ein soziales Kommunikationsmittel bzw. *Kommunikationsforum*, *keine Ware* und kein *Supermarkt*«². Der von den Öffentlich-Rechtlichen gefahrene Schlingerkurs scheint aus Gründen der eigenen Legitimation unentbehrlich und mündet zumeist in solch traurige Fernseh-Ereignisse wie die jüngste Restaurierung des greisen Kulenkampff für die antiquiert wirkende Sendung »Der große Preis«. Kulenkampff gilt seinen gealterten Fans nach wie vor als der »gebildete« Showmaster, der in der Rolle des Autorität verkörpernden Leitbildes »so bildende« Quizsendungen moderiert.

Auch »Das Wort zum Sonntag« zeigt - unterstellt man den Verantwortlichen einmal nicht die kalkulierte Strategie - das Festhalten an überholten Ansprüchen, ohne den Anachronismus dieser Veranstaltung zu würdigen. Im Falle des »Wort zum Sonntag« läßt sich die Entwicklung besonders gut nachzeichnen: Wurde die Sendung vor 25 Jahren allgemein noch als wichtiges kulturelles Ereignis wenn nicht geschätzt, so doch hingenommen; galt sie vor zehn Jahren als Lückenfüller zwischen Lottozahlen und Spielfilm, zugleich als willkommene Gelegenheit, seinen drängenden Bedürfnissen nachzugehen (was der steigende Wasserverbrauch seinerzeit dokumentierte), so dient die Sendung heute als Realsatire.³

Während die genannten Sendungen bis in die Gegenwart hinein verlängerte Relikte aus alter Fernsehzeit darstellen, ist auf der Inhaltsseite die Gesamttenenz erkennbar, daß sogenannte Unterhaltungssendungen vor allem des kommerziellen Fernsehens das Publikum heute viel direkter bedienen, ohne den Anspruch zu setzen, »richtige« Werte transportieren oder die Leute »erziehen« zu wollen. Aus der Tatsache, daß der ideologische Anspruch, die Bevölkerung via TV mit »Bildungsgütern« zu versorgen, weitgehend fallengelassen wurde, zugleich die Konse-

quenz zu ziehen, das Fernsehen habe sich zu einem »demokratischen« Medium entwickelt, dessen Produzenten nicht mehr aus illegitimer Besserwisseri höhere Kultur dekretierten, sondern die Programmplanung nach den Bedürfnissen der Zuschauer konzipierten, wäre voreilig. Die Berücksichtigung von Bedürfnissen geschieht marktförmig: Sie werden fetischisiert in der Form von Einschaltquoten, die sich in dem Maße steigern lassen, in dem infantile, voyeuristische und narzißtische Bedürfnisse befriedigt werden. Das hat mit Demokratie nichts gemein, denn das Fernsehen entledigt sich seiner ursprünglichen autoritären Staatskontrolle, die ihm Kulturverbreitung verordnete, nur, um sich der Autorität des Marktes zu unterwerfen.

Das Fernsehen hat eine eigene Gattung hervorgebracht, die soap opera, deren Vorläufer schon Ende der zwanziger Jahre im Rundfunk gesendet wurden.⁴ Der Seriencharakter und eine »dramatische«, nicht allzu verwickelt und »psychologisch« gestrickte Spielhandlung bestimmen im wesentlichen deren Form. Die »Seifenoper« konnte sich hierzulande seit den Anfängen des Fernsehens in den fünfziger Jahren etablieren und große Teile des Publikums binden. An diesem Genre läßt sich beispielhaft nachzeichnen, mit welchen Inhalten und Botschaften in verschiedenen Epochen versucht wurde, den Bildungsanspruch mit Hilfe des Mediums zu transportieren. Die während der Restaurations- und Aufbauphase in den fünfziger Jahren erst für den Rundfunk, in den sechziger Jahren dann für das Fernsehen produzierte Serie »Familie Hesselbach« (als TV-Version zunächst: »Firma Hesselbach«, dann nach dem vom Drehbuch verordneten »Bankrott« »Familie Hesselbach«) verkörperte das aufstrebende Bürgertum der Nachkriegszeit und rückte die intakte, »richtige« Familie positiv ins rechte Licht. Im Gegensatz zur seit Mitte der achtziger Jahre von der ARD produzierten populären »Lindenstraße« konnten die Produzenten der »Hesselbachs« nicht davon ausgehen, ein Massenpublikum zu erreichen, da die Verbreitung des Mediums sich anfangs weitgehend noch auf die Klientel des höheren Angestellten beschränkte. Die aus heutiger Sicht naiv-verklärende Darstellung des Alltags entsprach dem damaligen »Zeitgeist« und war zugeschnitten auf das Harmoniebedürfnis der sogenannten »aufbauenden Klasse«. Während beide Familienserien auf die Identifikationsmöglichkeit mit einer »wie aus dem Leben« gegriffenen Familie setzen, bedient die »Lindenstraße« nachhaltig das gestiegene Bedürfnis nach Realitätsnähe und prätendiert, den Alltag durch das Medium getreu abzubilden: lauter einsame, geschiedene unglückliche Menschen mit ihren drogen-süchtigen Kindern. Die Serie erhebt im Gegensatz zu den »Hesselbachs« den Anspruch, über aktuelle gesellschaftliche Probleme aufzuklären – ohne den moralischen Zeigefinger allzusehr zu strapazieren. Die Intention der »Lindenstraße« verdeutlicht, daß Fernsehen nach wie vor als Schlüsselloch fungiert, durch das man vermeintlich in die Realität guckt – nur daß dieser Reiz heute viel unmittelbarer genutzt und bedient wird, um die Ware auf dem Fernsehmarkt erfolgreich absetzen zu können.

Wie das öffentlich-rechtliche Fernsehen in den achtziger Jahren auf das veränderte Zuschauerverhalten sowie auf die »gestiegenen« Erwartungen reagierte – und mit einfachen dramaturgischen Mitteln Wirkung provozierte, läßt sich beispielhaft an der Serie »Schwarzwaldklinik« zeigen. Die in einer Folge lediglich angedeutete

Vergewaltigung wurde auf massiven Zuschauerprotest hin kurzerhand in der Wiederholung aus dem Programm genommen. In der Empörung kommt zum Ausdruck, daß ein bestimmter Teil der »Schwarzwaldklinik«-Klientel mit der Wahrnehmung der angedeuteten Szene sich offenbar völlig überfordert fühlte. Die Mehrheit derer aber, die solche Sendungen konsumieren, goutieren derartige Szenen aus voyeuristischen Motiven, – woraus sich strukturelle Produktionsbedingungen ergeben, nach denen die Produzenten wiederum sich richten. Der Anspruch, durch die Vergewaltigungsszene besonders »realistisch« zu wirken, liegt in der Eigenlogik des Mediums begründet, immer aktuell und hautnah am Geschehen zu sein. Auf der einen Seite haben die Verantwortlichen sich mit der Darstellung des gesellschaftlichen Tabus zu weit vorgewagt, um überhaupt keinen Protest erwarten zu dürfen; auf der anderen Seite zeigt dies »Ereignis« aber auch, daß die Wirkung des Mediums auf den durchschnittlichen Zuschauer der »Schwarzwaldklinik« relativ exakt eingeschätzt und die Empörung produziert werden kann. Das Medium entwickelt neue Mechanismen, die seine Eigenlogik voll ausschöpfen: Gesendet wird, was die Menschen sehen wollen, inklusive dessen, was sie nicht sehen wollen, da sie in Wahrheit es ja doch sehen wollen (etwa den Tabu-Bruch), um sich im Anschluß daran über »diese scheußlichen Obszönitäten« aufregen zu können – und wieder sagen zu können, was sie eigentlich sehen wollen. Dieser »Schleifen«-Mechanismus spiegelt sowohl die fortgeschrittenen Produktionsbedingungen als auch die Jagd nach Einschaltquoten wider. Die Angst, ihnen nicht zu genügen, mündet in den Zwang, noch »realistischer« werden zu müssen – und treibt den Wandel voran, der keiner ist, weil strukturell immer wieder die bürgerliche Sexualmoral reproduziert wird, die schon Karl Kraus anprangerte.⁵

Scheinrealismus wie Voyeurismus werden im kommerziellen Fernsehen verschärft feilgeboten. Während der RTL-Einschaltquotenrenner »Ich bekenne« den Voyeurismus des Publikums am geradlinigsten bedient, indem eine »perverse« Person, das Gesicht hinter einer Wand aus Milchglas verborgen, vor laufender Kamera zum schrankenlosen verbal-intimen Striptease animiert wird, bemühen sich »Augenzeugen-Video« und »Notruf«, die Differenz zwischen Schein und Sein zu nivellieren sowie die Illusion zu schüren, die Daheimgebliebenen auf wirkliche Verbrecherjagd mitzunehmen und an dramatischen Rettungsaktionen teilhaben zu lassen.⁶ Der Scheinrealismus von *reality tv* bedient eine Sensationslust, die hinterücks wieder auf das Medium übertragen wird, nachdem sie real wurde: Brennende Fahrzeuge und spritzendes Blut von Unfallopfern erregen nicht etwa Abscheu und Schrecken bei den Zeugen, sondern faszinierte Begeisterung über die Katastrophe. Was sich in der Wirklichkeit ereignet, wird nach Maßgabe und Gewöhnung an die Form der vorherrschenden Sichtweise auf die medial vermittelte Wirklichkeit wahrgenommen – Folge eines primäre Erfahrungen entbehrenden Lebens, dessen Mittelpunkt der Fernseher im Wohnzimmer ist. Diese Situation kehrt sich dann abermals in die Erwartung, Fernsehen müsse noch »wirklicher« werden, das Blut, das man unablässig fließen sehen möchte, solle gefälligst »echt« sein.

Diese Beispiele belegen eine Entwicklung, die das Medium durchlaufen hat; zugleich dokumentiert diese Entwicklung ein verändertes Konsumentenverhalten, dem nicht mehr bruchlos unterstellt werden kann, daß es von den »messages«, von

denen prätendiert wird, daß die Leute ihretwegen am Bildschirm blieben, derart sich beeindrucken läßt, wie die Produzentenseite es erwartet. Die strukturellen Veränderungen auf dem Mediensektor bewirken eine über Marktgesetze gesteuerte Verklammerung von Medium, Großkonzern, Produzent und Konsument, die das Rezipientenverhalten nicht unberührt läßt. Das zapping wirft jedes Kalkül über den Haufen, da die vom Zuschauer in Anspruch genommene Selektivität sich nicht rational, sondern bloß als diffuse Handlung erklären läßt.⁷ Je größer das Angebot, desto häufiger der Wechsel. Als Maßstab für die Goutierung des Programms bleibt nur die Einschaltquote, die zwar für die Fixierung der Spotpreise unentbehrlich scheint, aber kaum eine Aussage darüber erlaubt, wer aus welchen Gründen fernsieht und welche Wirkung Fernsehen ausübt.



**Unabhängige Landesanstalt
für das Rundfunkwesen (ULR)**

Ausschreibung

Die Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR) gibt im Rahmen der ihr nach dem schleswig-holsteinischen Landesrundfunkgesetz als Aufsichts- und Zulassungsbehörde für den privaten Rundfunk obliegenden Aufgaben ein

juristisches Gutachten

in Auftrag, in dem vor dem Hintergrund der ansteigenden Gewaltdarstellungen im Fernsehen untersucht werden soll, unter welchen Voraussetzungen die Darstellung realer Gewalt insbesondere in Informationssendungen und Beiträgen des sog. Reality-TV angesichts der Werteordnung des Grundgesetzes nicht mehr durch das Berichterstatteprivileg gedeckt ist. Dabei sollen Abgrenzungskriterien, mit denen das Spannungsfeld zwischen grundgesetzlicher Werteordnung und Rundfunkfreiheit aufgelöst werden kann, herausgearbeitet werden.

Ende der Ausschreibungsfrist: 23. April 1993

Die Angebote sind zu richten an den

**Direktor der Unabhängigen Landesanstalt
für das Rundfunkwesen (ULR)
Hindenburgufer 85
2300 Kiel 1
Telefon: 04 31/8 00 06-0
Telefax: 04 31/8 00 06-80**

IV

FAKTOR INHALT VS. FAKTOR FORM

»HIS MASTER'S VOICE«

Das Fernsehen ist historisch in Ablösung vorangegangener Formen öffentlicher Kommunikation zu begreifen. Beim Übergang von einer Form in die andere ertönten regelmäßig besorgte Stimmen, die den bevorstehenden Kulturverfall prophezeiten. Die Kassandrarufo erklangen nicht erst in der Übergangsphase vom Kino zum Fernsehen, sondern schon zu Zeiten, als sich die Literatur aus kirchlichen und höfischen Bindungen zu lösen begann. Die Romanliteratur galt dem aufgeklärten Bürgertum des 18. Jahrhunderts als verpönt. Während Goethes »Werther« damals für den Verfall der Sitten verantwortlich gemacht wurde, beklagen konservative Stimmen heute – Kulturkritik als Fernsehkritik getarnt! – die zunehmenden Sex- und Gewaltdarstellungen im Fernsehen – eine Entwicklung, die jene Stimmen vor noch nicht einmal einem Jahrzehnt selber losgetreten haben. Jeder Wechsel in der Form medialen Transports wirkt zugleich auf das allgemein akzeptierte Verhältnis des Fiktiven zum Wirklichen zurück. Die gegenwärtige Epoche produziert audiovisuelle Konzepte von Wirklichkeit, die in Konkurrenz zu fiktionalen, literarischen Konzepten von Wirklichkeit treten. Je intensiver literarische Bilder in Frage gestellt werden und durch den Wechsel der Form zu verschwinden drohen, desto nachhaltiger entsteht der Eindruck, als verschwinde ein Stück gelebter Wirklichkeit selbst. Und doch wäre es voreilig anzunehmen, mit dem Wechsel entstünde jedesmal etwas völlig Neues.

Neben der pessimistischen Sichtweise trat mit dem Wechsel der Medien historisch immer auch die Hoffnung auf mehr Demokratie und allgemeine Teilhabe am gesellschaftlichen Leben auf. In den verschiedenen Epochen wurde diese Hoffnung stets mit jenen Medien verbunden, die technisch den jeweils fortschrittlichsten Stand repräsentierten. Der »optimistische« Anspruch, Bildung medial zu transportieren, um die Menschen zur Mündigkeit zu erziehen, wurde in unserem Jahrhundert besonders mit den elektronischen Medien verknüpft. Sozialphilosophische Strömungen reflektierten das vermeintliche Potential in verschiedenen Kontexten. Die beiden psychologisierenden Kategorien Optimismus und Pessimismus sind im Rahmen der folgenden Rekonstruktion weder absolut noch dualistisch zu verstehen; sie haben eher heuristischen Nutzen und bezeichnen der Analyse zugängliche unterschiedliche Strömungen innerhalb der Rezeption. Optimismus impliziert die Vorstellung, daß mit Hilfe der Massenmedien trotz der im wesentlichen beibehaltenen Produktionsweise ein Potential gesellschaftlicher Rationalität sich entbinden ließe; Pessimismus, daß die Möglichkeiten, sofern sie überhaupt konstatiert werden, an den eigenen Grenzen des Mediums, mitunter auch an den gesellschaftlichen Produktionsbedingungen zu bemessen seien.

Das Fernsehen wäre ohne die Rezeptionsgewohnheiten, die das Radio vorbereitete, in seiner gegenwärtigen Verfassung kaum denkbar. Der Rundfunkempfänger der zwanziger Jahre war in Ergänzung respektive Ablösung des Grammophons wesentlich Musikradio und schon von der ganzen Dramaturgie her »musikalisch«. Die Entwicklung zeigt, daß diejenigen, die ehemals im Stummfilm tätig waren, zum Tonfilm wechselten und später dann oftmals für den Rundfunk produzierten. Der Medienwechsel zeichnete sich qualitativ vor allem dadurch aus, daß die über das

gesprochene Wort hinausgehende Musik zuerst beim Film, später dann beim Fernsehen durch das Bild ersetzt wurde. Das Verhältnis von Bild und gesprochenem Wort wies dadurch anfangs eine ähnlich dramaturgisch erzeugte Spannung auf wie zuvor das von Wort und Musik. Während Funktion und Programm des Radios heute mit der Struktur des gegenwärtigen Fernsehens unvergleichbar ist, konnte eine Rundfunkübertragung der Führerrede sowie die Betrachtung derselben in der Wochenschau bei geschlossenen Augen kaum unterschiedliche Wahrnehmungen hervorrufen. Heute hingegen sind zumal Dokumentarismen nicht mehr als Sprengel der Wirklichkeit, dramaturgische Elemente der medialen Scheinrealität.

Den Schein von Realismus, den das Radio in Ermangelung der Bildsequenz nur ungenügend vermitteln konnte, wurde erst beim Film, dann beim Fernsehen forciert. Das Bild verfügt gegenüber dem Wort von vornherein über »mehr« Realitätsnähe, deren Schein sich durch die technische Perfektionierung des Mediums noch steigern ließ. Als Bildmedium setzt Fernsehen lediglich elementare Prozesse der Wahrnehmung voraus, die Fokussierung auf den visuellen Reiz, der, stimuliert durch die abwechslungsreiche Bilderfolge, weder komplexe Decodierungsprozesse noch logisch-analytisches Vermögen erfordert. Die Spezifik des Fernsehbildes bewirkt dann, wenn dramaturgisch reale Bewegung in realer Zeit, in »Echtzeit«, zweidimensional reproduziert wird, daß die Konsumenten in erster Linie als Beobachtende, weniger als Hörende vor dem Bildschirm verweilen. Die Form des Mediums, die Größe, besser die Kleinheit des Bildschirms erzwingt eine vom Kinofilm abweichende Dramaturgie, die den zitierten Voyeurismus als vom Fernsehen produzierten Schlüssellocheffekt verstärken hilft. Im Gegensatz zum Radio animiert das laufende Bild zum Hinschauen, zum »Teilnehmen«, auch wenn das Gesendete nicht in Zusammenhänge gebracht werden kann. Allein die Bewegung der buntflimmernden Bilder bewirkt besonders bei Kindern eine magische Anziehungskraft. Der Rundfunkvortrag hingegen, der das Aufnahmevermögen des Hörers überfordert, wird entweder nicht mehr wahrgenommen oder abgeschaltet. Der Rezipient kann sich dem gesprochenen Wort leichter entziehen als dem bewegten Bild. Fernsehkonsum setzt weder eine bestimmte soziale Herkunft noch eine bestimmte Bildungsstufe voraus. In dieser Hinsicht eignet dem Medium ein potentiell demokratischer Charakter, der es für den Masseneinsatz, an den die optimistische Einschätzung stets ihre Erwartung knüpfte, prädestiniert. Auf der Inhaltsseite drückt sich gegenwärtig die falsch verstandene »Demokratisierung« dadurch aus, daß in den sogenannten Unterhaltungssendungen die »Meiers von nebenan« heute zwar eine viel größere Chance erhalten, im Fernsehen aufzutreten, im Medium selbst mitzuwirken, allerdings durchweg nur in der einschaltquotensteigernden Rolle des »Bekennenden«, Kompromittierten und Bloßgestellten.

Findige Köpfe versuchten bereits in der Anfangszeit der Photographie, der Daguerreotypie im Paris des 19. Jahrhundert, das einzelne Bild mit dem Wort – mit Ton – zu kombinieren und zugleich die »unrealistische« Zweidimensionalität durch stereoskopische Doppelaufnahmen zu überwinden. Schließlich setzte sich allerdings jene mediale Form durch, die eine Stimme tausendfach an verschiedenen Orten zeitgleich multiplizierte. Diese Wirkung konnte der Film nicht zeitigen, da der Besuch des Kinos sowohl das Verlassen des Hauses als auch die Versammlung an

einem zentralen Ort erfordert. Rundfunkempfänger und Grammophon hingegen, »his master's voice«, standen dezentral, gleichsam privat in den eigenen vier Wänden allzeit bereit. Als die ersten Hörspiele über den Äther gingen, versammelten die Familienmitglieder sich anfangs genauso um das Radio wie später um den Fernsehapparat. Aber einer Radiosendung, dem Wort konzentriert zu lauschen, erfordert mehr Aufmerksamkeit als einer Bildsequenz zu folgen, etwa dem monotonen Hin und Her auf dem Fußballfeld oder dem Tennisplatz.

V

SOZIALPHILOSOPHISCHE ANSÄTZE

ÖFFNUNG DES RÜCKKANALS

In den zwanziger Jahren waren die technischen Möglichkeiten so weit fortgeschritten, daß neue, einem breiten Publikum zugängliche Formen medialen Umgangs möglich wurden. Zu dieser Zeit formulierte Brecht seine Radiotheorie und eröffnete damit den Kanon einer auf die Befreiung bislang unausgeschöpfter »Möglichkeiten« setzenden Partizipation der Bevölkerung am öffentlichen Leben. Indem die Öffentlichkeit in die Produktion miteinbezogen, sie gleichsam aktualisiert und politisiert werde, könne der Rundfunk, so hoffte Brecht, von einem einseitigen »Distributionsapparat« in einen zweiseitigen »Kommunikationsapparat« verwandelt werden. Die in das Radio gesetzte Erwartung, »an die wirklichen Ereignisse näher heranzukommen«, zeigt Brechts Vertrauen in die Authentizität dieses Mediums. Dessen einseitige Nutzung blockiere hingegen alle Möglichkeit, insbesondere die, den Zuhörer »sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müßte demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.«⁸

Mit den Möglichkeiten antizipiert Brecht zugleich die Kehrseite der gewünschten Entwicklung, daß die unidirektionale Nutzung in den Händen der herrschenden Klasse diese stabilisieren helfe. Wenige Jahre später kamen in Deutschland die fortschrittlichsten Kommunikationstechniken als Multiplikatoren der herrschenden Ideologie zum Einsatz. Die nationalsozialistischen Machthaber nutzten »Volksempfänger«, Wochenschau und Ufa-Produktionen als Instrumente der politischen Propaganda. Daß nicht erst die Nazis den Film als Propaganda-Instrument zu schätzen wußten, zeigt die Geschichte der Ufa. Am Ende des Zweiten Weltkrieges geht die bereits 1937 verstaatlichte Universum-Film Aktiengesellschaft mit dem gleichen Propaganda-Auftrag unter (die Dreharbeiten zum Mammut-Epos »Das Leben geht weiter« mußten im April 1945 abgebrochen werden), dem sie im letzten Winter des Ersten Weltkrieges ihre Gründung verdankte: als Teil der »geistigen Kriegführung« die Bevölkerung zum Durchhalten zu ermuntern. »Der Krieg«, schrieb 1917 der kaiserliche Generalquartiermeister Erich Ludendorff, »hat die überragende Macht des Bildes und Films als Aufklärungs- und Beeinflussungsmittel gezeigt. Gerade aus diesem Grund ist es für einen glücklichen Abschluß des Krieges unbedingt erforderlich, daß der Film überall da, wo die deutsche Einwirkung noch möglich ist, mit dem höchsten Nachdruck wirkt.«⁹

»WIR VOM RUNDfunk SIND NOCH SCHLAUER ALS DU«

Den potentiell demokratischen Charakter des Radios versuchte Walter Benjamin nicht nur theoretisch zu reflektieren, sondern auch durch seine in den frühen dreißiger Jahren inszenierten »Hörmodelle« praktisch umzusetzen. Den Modellen liegt, ähnlich Brechts Lehrstücken, eine didaktisch-pädagogische Absicht zugrunde. Methodisch zeichnen sich die dem Alltagsleben entnommenen typischen Situationen durch Konfrontation von Beispiel und Gegenbeispiel aus. Der »Sprecher« tritt in jedem »Hörmodell« dreimal auf: Während er zu Beginn die Zuhörer mit dem Gegenstand sowie den beiden, im ersten Teil auftretenden und das Gegenbeispiel verkörpernden Personen bekanntmacht, erläutert er im Anschluß daran, warum so nicht gehandelt werden solle. Im zweiten Teil stellt er den Hörern eine neue Figur vor, die vormacht, wie man der gleichen Situation »besser« gerecht wird. Am Schluß vergleicht er die falsche Methode mit der richtigen und formuliert die Moral.¹⁰

Neben den »Hörmodellen« für Erwachsene verfaßte Benjamin Hörspiele für Kinder. Die von ihm selbst Anfang 1932 in Frankfurt inszenierte Aufführung »Radau um Kasperl«¹¹ macht den Rundfunk sogar selbst zum Gegenstand des Stückes. Der »Sprecher am Rundfunk«, Herr Mauschmidt, begegnet durch Zufall dem Kasperl, den er schon lange im Radio zum Sprechen bringen wollte. Kasperl lehnt ab. Zur Illustration folgen kleine Ausschnitte aus dem Hörspiel:

HERR MAUSCHMIDT: Aber so ein Glück, Kasperl. Das ist ja ein Freudentag. So lange hab ich dich schon gesucht.

KASPERL: Gesucht hättet Ihr mich, Herr Nachbar? Warum denn?

HERR MAUSCHMIDT: Kasperl, ich muß dir ein freudiges Geheimnis offenbaren: Ich bin nämlich der Sprecher des Rundfunks.

KASPERL: Ei was, sieh da, sieh da, ei was!

HERR MAUSCHMIDT: Und seit langem ist es eine meiner höchsten Obliegenheiten, dich, Kasperl, den erfahrenen, berühmten Freund der Kinder vor das Mikrophon zu bringen.

KASPERL: Dös gibts fei net.

HERR MAUSCHMIDT: Wie, Kasperl, höre ich recht? Die hohe feierliche Ehre, im Rundfunk zu sprechen, wolltest du ausschlagen?

KASPERL: Freilich!

HERR MAUSCHMIDT: Aber warum denn? [...]

KASPERL: Ich hab Sie doch recht verstanden, Herr Nachbar? Daß Sie vom Rundfunk sind.

HERR MAUSCHMIDT: Gewiß doch.

KASPERL: Ja wissens, wenn die Funken da so rund rum springen und ich möcht einen Funken, da brennt ich gleich lichterloh. [...]

Kasperl, der offensichtlich nicht weiß, worum es geht, folgt gelangweilt Herrn Mauschmidt, der ihm das Funkhaus zeigen will.

KASPERL: Was? Dieser garstige Kasten?

HERR MAUSCHMIDT: Das Rundfunk-Palais.

KASPERL: Da sind ja mehr Fenster als was man zählen kann. Da werden die eingesperrt, wo Rundfunk hören müssen?

HERR MAULSCHMIDT: Folge mir, Kasperl, und ich will dir alles erklären. *Pause*

KASPERL *leise*: Ganz angst und bang wird mir vor lauter Stille.

HERR MAULSCHMIDT: Pst, pst, hier darf man nicht sprechen.

KASPERL: Ich denk, zum Sprechen habns mich kommen lassen. [...]

Das Verhalten des Kasperl, die »hohe feierliche Ehre«, im Rundfunk sprechen zu dürfen, auszuschlagen, ist sogar für die Anfangszeit des Rundfunks nicht typisch. Der Versuchung, sich von den anderen abzugrenzen, indem man sich ihnen im Medium präsentiert, widersteht so leicht keiner. Im Versprechen auf Popularität, die ein einzelner durch seinen Auftritt erwirken kann, besteht die Verführung des Mediums, sich seinen Regeln zu unterwerfen. Jenes heimliche Einverständnis, das die »Prominenten« stillschweigend zu Halbgöttern erklärt, fällt nicht vom Himmel; es repräsentiert als symbiotisches Verhältnis von Produzenten und Konsumenten einen Ausschnitt der herausziehenden sozialen Realität des Faschismus, der die Erreichbarkeit und Begeisterungsfähigkeit der Menschen für Unterhaltung durch Rundfunk und Film für seine Zwecke konsequent nutzte. Vorbereitet wurde diese Entwicklung durch die kulturelle Etablierung des Idols spätestens mit der Verfügbarkeit von realistischen, also dokumentarisch brauchbaren Photographien. Die Schauspielerin Sarah Bernhardt erreichte eine zuvor nie gekannte Popularität, weil ihre mündlich überlieferte Schauspielkunst in Kombination mit der »realistischen« Photographie den Ruhm, der sich zuvor allein mit dem Namen verband, tausendfach multiplizierte. Ton- oder gar Filmaufnahmen gab es noch nicht; auch hatte die Mehrheit ihrer Bewunderer nie Gelegenheit, eine Aufführung zu besuchen. Gleichwohl galt Sarah Bernhardt als Idol. Um wieviel muß die Funktion von Idolen dadurch verstärkt worden sein, daß deren Stimmen, deren Bewegungen, generell also ihre öffentliche Präsentation, technisch beliebig sich verstärken und reproduzieren ließ. Die Medien, einschließlich der unter allen herausragenden medial reproduzierbaren Figur des Idols, standen dem Faschismus zur Verfügung.

Die Möglichkeit, daß der Tabu-Bruch des Kasperl in Form einer über den Äther geschickten Kindergeschichte in Tausenden von Haushalten wirken konnte, mag Benjamin inspiriert haben, dem Medium positive Implikationen abzugewinnen – weil es in dem Augenblick der »Volksaufklärung« tauglich schien.

Im weiteren Verlauf der Handlung bekommt Kasperl, der die Mitarbeit an der Produktion schließlich verweigert, die Allmacht des Apparates – nachdem er dem Zugriff sich schon entzogen glaubte – am eigenen Leibe zu spüren. Das Stück endet wie folgt:

Es klopft

FRAU PUSCH: Wer ist denn das?

HERR MAULSCHMIDT: Ich komme nur, dem Kasperl ein Kuvert abzugeben.

KASPERL: Teufel! Das ist doch schon wieder dieser Herr Maulschmidt.

HERR MAULSCHMIDT: Guten Tag, Kasperl. Freut mich zu sehn, daß es schon wieder geht. Freut mich auch, dir dies überbringen zu dürfen.

KASPERL: Ein Kuvert?

HERR MAULSCHMIDT: Und was erst darin ist.

FRAU PUSCH: Tausend Mark!?

HERR MAULSCHMIDT: Honorar vom Rundfunk.

KASPERL: Vom Rundfunk?! Der mich fast in den Tod gehetzt hätte?

HERR MAULSCHMIDT: Dafür hat er nun auch sein Ziel erreicht.

KASPERL: Was soll das bedeuten?

HERR MAULSCHMIDT: Das bedeutet, Kasperl, daß du im Rundfunk gesprochen hast, wenn du es auch nicht weißt.

KASPERL: Das muß wohl im Schlaf gewesen sein.

HERR MAULSCHMIDT: Nicht im Schlaf, aber im Bett.

KASPERL: Im Bett?

HERR MAULSCHMIDT: Wer zuletzt lacht, lacht am besten. Wir vom Rundfunk sind noch schlauer als du. Während du in der Stadt deine Schandtaten verübt hast, haben wir heimlich hier in deinem Zimmer unter dem Bett ein Mikrophon aufgebaut, und nun haben wir alles, was du gesagt hast, auf Platten [...].

Der weitere Schlußdialog ist so konzipiert, daß offenbleibt, ob Kasperl sich vom Honorar doch noch hat korrumpieren lassen.

Das Hörspiel verdeutlicht die von Benjamin wahrgenommene Ambivalenz, die er mit dieser neuen Form öffentlicher Kommunikation verbindet. Er hoffte, mit Hilfe der Rundfunktechnik eine »volksmäßige Darstellung« zu erzielen, die nicht länger auf die Methoden »wissenschaftlicher Popularisierung« angewiesen bliebe. Benjamin versteht den Begriff der »Volkstümlichkeit« nicht pejorativ; er verbindet ihn mit einer durch das Medium betriebenen Aufklärung über gesellschaftliche Zusammenhänge. Das Hörspiel bedürfe, soweit es lehrhaften Charakter trage, einer »gänzlichen Umgestaltung und Umgruppierung des Stoffes aus dem Gesichtspunkt der Popularität heraus«. Es komme darauf an, so Benjamin in seinen theoretischen Erläuterungen zum Hörspiel, dem Hörer »die Gewißheit mitzuteilen, daß sein eigenes Interesse einen sachlichen Wert für den Stoff selber besitzt, daß sein Fragen, auch wenn es vor dem Mikrophon nicht laut wird, neue wissenschaftliche Befunde erfragt«. Damit sei das äußerliche Verhältnis zwischen Wissenschaft und Volkstümlichkeit, das Benjamin zufolge früher vorherrschte, durch ein methodisch neues Verfahren ersetzt: »Kraft der technischen Möglichkeit«, die erst der Rundfunk eröffnet habe, konnten »eigene Form-Artgesetze« hervorgebracht werden, die »nicht allein das Wissen mit der Richtung auf die Öffentlichkeit, sondern zugleich die Öffentlichkeit mit der Richtung auf das Wissen in Bewegung setzt. Mit einem Wort: das wirklich volkstümliche Interesse ist immer aktiv, es verwandelt den Wissensstoff und wirkt in die Wissenschaft selber ein.«¹² In diesen Formulierungen spiegelt sich die von Brecht anvisierte Öffnung des Rückkanals; aber auch die Hoffnung, mit Hilfe des Mediums sowohl den Prozeß gesellschaftlicher Emanzipation wie auch den wissenschaftlichen Fortschritt voranzubringen, – eine Hoffnung, die Benjamin unter dem Eindruck des zu propagandistischen Zwecken mißbrauchten Apparates Mitte der dreißiger Jahre immer zweifelhafter schien.

VI

DIE WELT ALS PHANTOM UND MATRIZE

Günther Anders interpretiert in den fünfziger Jahren die – für ihn weitgehend negative – Wirkung von Technik nicht in Abhängigkeit eines bestimmten Niveaus gesellschaftlicher Integration, sondern als im Wesen der Technik selbst begründet. Er verlängert – oder verkürzt – die in der sozialen Wirklichkeit zu beobachtenden Folgen bis zu ihrer vermeintlichen Ursache, dem technischen Gegenstand selbst. Das Subjekt, das an den Folgen leidet, sowie der verursachende »Apparat« befinden sich im Vordergrund der Betrachtung. Dahinter steht die Erfahrung, daß der neuzeitliche Mensch mit seinen Kräften ungehemmt und respektlos umgeht. Die Technik, so lautet die definitive These, überfordere den Menschen; er »macht« nicht mehr, mit ihm »wird gemacht«.

Die Anderssche Technikkritik mündet in Ontologie, weil der Autor an der Entstehung der Technik nur die in ihr bzw. in ihren Wirkungen sichtbar werdende »Überforderung« derer betrachtet, die mit ihr umzugehen haben. Da Technik jedoch unter bestimmten gesellschaftlichen Bedingungen entwickelt und von leibhaftigen Menschen produziert wird, weist sie wie jede Wissenschaft Tendenz und Richtung auf. Diese Tatsache läßt es zweifelhaft erscheinen, daß die »Überforderung« aus einem »An sich« der Technik resultiert. Der Widerspruch, daß Technik zwar von Menschen gemacht, aber nicht beherrscht wird, sie vielmehr die Menschen beherrscht, statt daß diese das Potential der Naturbeherrschung für ihre vernünftigen Zwecke nutzen, – dieser Widerspruch gerät Anders aus dem Blick, so daß er theoretisch nicht jenen Zustand anvisieren kann, zu dem ein Eingriff in die blind verlaufende gesellschaftliche Entwicklung führen könnte. Technik »ist« bei Anders eben so und nicht anders: Was ist, wie es heute ist, kann nie etwas anderes sein, als das, was es ist: Ontologie statt genetischer Theorie, die die Frage zu beantworten trachtet, warum etwas so ist, wie es geworden ist und nicht anders.

Aus der Perspektive der ontologischen Betrachtung, daß »über uns bereits verfügt ist«, urteilt Anders gegen das Fernsehen. Die Form des Bildmediums erzwingt eine »Neutralisierung« der Lebenswelt, da die Fernsehbilder als »Weltfetzen« nicht nur die Differenz von nah und fern aufheben, sondern stets die Gefahr in sich trügen, zu »Verdummungsgeräten zu werden, weil sie grundsätzlich keine Zusammenhänge sichtbar« machen. Dadurch würde die »Stellung des Menschen in der Welt verzerrt, da es eben zur Struktur des In-der-Welt-Seins gehört, daß sich die Welt in konzentrischen Nähe- und Fernekreisen um den Menschen herum staffelt; und weil derjenige, den alles gleichermaßen angeht, entweder ein indifferenter Gott oder ein völlig denaturierter Mensch ist«. Die wahre Wirklichkeit werde durch ein »Weltphantom« verstellt, das die Menschen daran hindere, geschichtliche Ereignisse als solche, nicht als verstellte wahrzunehmen. Die Fernseh-Ereignisse richteten sich nach dem Maßstab ihrer bestmöglichen medialen Präsentation und Verwertung – was sie zum Abbild der präparierten Bilder mache. Anders hält das Apokalypse-Denken durch: Derjenige, der sich aufmache, die wirkliche Wirklichkeit zu suchen, würde »rasch seine Suche aufgeben, um als völlig Betrogener zurückzukehren. Denn draußen würde er nun nichts anderes mehr vorfinden, als die Vorbilder jener Bilder, die seine Seele schablonenhaft hatten prägen sollen;

nichts anderes als die diesen Bildern nachgebildeten Vorbilder, nichts anderes als die für die Herstellung der Matrizen benötigten Matrizen. Und befragt, wie es um das Wirkliche nun wirklich bestellt sei, würde er antworten, dessen Bestimmung sei nun keine andere mehr, als wirklich wirklich zu werden in der Unwirklichkeit seiner Abzüge.«¹³

Der hinter diesen Formulierungen verborgene Begriff von Wahrheit schließt diese als gegenwärtige im emphatischen Sinne aus. Die »Realität« gerät zur präparierten Ware einer umfänglich gestalteten Inszenierung von Wirklichkeit, die als produzierte Kopie der Zwecklosigkeit und Authentizität entbehrt. Da das Anderssche Weltbild nicht zwischen objektiven Gegebenheiten und subjektiven Einstellungen differenziert, den Begriff des Falschen durch seine Übersteigerung für eine eingehende Analyse des Gesellschaftlichen unbrauchbar macht, kann es die bestehende Welt nur als »post-ideologisch« kennzeichnen. Der Ideologiebegriff, der in der materialistischen Geschichtsschreibung das falsche Bewußtsein bezeichnet, ist Anders zufolge nunmehr durch die Nivellierung aufgehoben und »überflüssig«. Da die »Welt als Welt verschwindet«, mithin das Geschehen als arrangiertes Schauspiel abläuft, erübrigt es sich, »nachträglich falsche, von der Welt abweichende, Welt-Ansichten, also Ideologie, zu arrangieren«¹⁴. Hinter dieser apokalyptisch und mystisch anmutenden Welt-Betrachtung mag wohl eine Erfahrung stehen, die sich möglicherweise aus der in die Technik gesetzten, aber enttäuschten Erwartung speist. Letztlich aber eliminiert die Argumentation nicht nur den ändernden Eingriff; sie schließt pessimistisch, ja fatalistisch jede *Möglichkeit* von Wirklichkeit überhaupt aus und überhöht das Technische zum Dämon.

Auch wenn Anders gut zwanzig Jahre nach Erscheinen des ersten Bandes im Vorwort zur Neuauflage von 1979 seine damaligen pessimistischen Äußerungen zum Fernsehen zu relativieren scheint – der Tenor des 1980 erschienenen zweiten Bandes der »Antiquiertheit des Menschen« widerlegt diese Vermutung und unterstreicht erneut die Auffassung einer Welt, in der »die Technik zum Subjekt der Geschichte geworden ist«¹⁵. In dem besagten Vorwort heißt es: »Nicht mehr restlos einverstanden bin ich dagegen mit der total pessimistischen Beurteilung der Massenmedien in dem Aufsatz 'Die Welt als Phantom und Matrice'. [...] Unterdessen hat es sich nämlich herausgestellt, daß Fernsehbilder doch in gewissen Situationen die Wirklichkeit, deren wir sonst überhaupt nicht teilhaftig würden, ins Haus liefern und uns erschüttern und zu geschichtlich wichtigen Schritten motivieren können. Wahrgenommene Bilder sind zwar schlechter als wahrgenommene Realität, aber sie sind doch besser als nichts.«¹⁶ Anders, der sich hier auf die der amerikanischen Bevölkerung ins Haus transportierten Bilder vom Vietnam-Krieg bezieht, argumentiert an dieser Stelle inkonsequent: Wenn Wirklichkeit doch gar nicht mehr sie selbst ist, wenn sie in ihren Abzügen verschwindet – wie kann dann noch zwischen wichtigen und unwichtigen, eben »gewissen Situationen«, unterschieden werden. Reproduktion bleibt Reproduktion. Auf dieser Ebene läßt sich nicht mehr zwischen weniger unwirklicher Wirklichkeit und mehr wirklicher Wirklichkeit unterscheiden. Ferner war an den Greueltaten des Vietnam-Krieges die von Anders als allmächtig hingestellte und den Menschen beherrschende Technik maßgeblich beteiligt, die dem Andersschen Argumentationsgang zufolge nicht plötzlich durch ein anderes

»Produkt« zu beherrschen ist. Sonst wäre ja jener Bann gebrochen, von dessen Beschwörung die Anderssche Argumentation wesentlich lebt. Daß die These von der Welt als Matrize in bezug auf die Fernsehkriegsberichterstattung heute gar nicht so fehlgeht, zeigt die Organisation des Golfkriegs als ein nach den Regeln des Mediums arrangiertes TV-Ereignis in der Manier des sterilen Video-Spiels.

Die Anderssche Darstellung verhindert, daß die individuelle wie gesellschaftliche Erfahrung einer geschichtsphilosophischen Reflexion zugänglich wird, die nicht über jene soziale Realität hätte hinwegstreichen können, in der Liebe und Zuneigung, aber auch Ablehnung und Haß bestehen. Trotz der These, daß die Wirklichkeit in der Reproduktion verschwindet, existieren Schmerz und Leid auf dieser Welt fort. Diese Erfahrung aber, vor der keiner sicher ist, bildet das Sujet sogenannter Fernsehunterhaltung: Die Wirklichkeit tritt wieder in das Medium – allerdings in äußerst vermittelter Form.

VII

THE MEDIUM IS THE MESSAGE

In seinem Mitte der sechziger Jahre erschienenen Buch »Die magischen Kanäle« verkündet Marshall Mc Luhan seine Auffassung über das Fernsehen. Hinter dem gesamten Werk verbirgt sich der Wunsch nach Überschaubarkeit und Vereinheitlichung. Mc Luhan argumentiert pseudo-historisch: Das »Maschinenzeitalter« habe eine Zerlegung und Teilung des Menschen, das »Computerzeitalter« die Gleichzeitigkeit und Ganzheitlichkeit wieder herbeigeführt. Er begründet dies damit, daß die neuen Technologien als »Ausdehnungen des Menschen« zu begreifen seien, als dessen *mediale* Ausdehnung insbesondere das Fernsehen. Die affirmative Darstellung abstrahiert völlig von realen sozialen Prozessen und möglichen Verknüpfungen zwischen Medien und politischer Basis. Das Fernsehen, so wie es damals betrieben wurde, stellt Mc Luhan verherrlichend als den Inbegriff aller Freiheit heraus. Es fördere die »Nachfrage nach Kleinwagen, broschierten Taschenausgaben, plastischen Frisuren und formbetonter Kleidung – von einem neuauftretenden Interesse für Raffinessen der Kochkunst und des Weingenusses ganz zu schweigen«. Die Welt schrumpfe zum »globalen Dorf«, wobei das Fernsehen als die alles verbindende »Stammestrommel« fungiere. Das Medium bedinge dadurch nicht nur den »engen Zusammenschluß aller Menschen untereinander«, sondern ver helfe der kulturellen Entwicklung zu ungeahnten Höhen: »Der Amerikaner hat seine Hemmungen und Naivität gegenüber höherer Kultur seit dem Aufkommen des Fernsehens abgelegt. [...] Wenn der Dreijährige mit Papa und Opa die Pressekonferenz des Präsidenten anschaut, weist das auf die ernstzunehmende, erzieherische Rolle des Fernsehens hin.«¹⁷ Man möchte kaum glauben, daß Mc Luhan diese wirren und reaktionären Äußerungen selbst ernstnimmt. Jedenfalls zeugen sie davon, daß dem Autor jedes analytische Verständnis gesellschaftlicher Prozesse abgeht. Mag er die Produktivkraft der neuen Medien insgeheim vielleicht erahnt haben – auf den Begriff bringen kann er sie nicht. Seine Haltung zum Fernsehen ist daher weniger optimistisch als naiv.

Interessanter scheint Mc Luhans altbekannte Formel »The medium is the message«. Dahinter verbirgt sich die Vorstellung, daß einzig die *Form* des Mediums – nicht der transportierte Inhalt – von Bedeutung sei. Er begründet dies damit, daß jedes Medium »wieder ein Medium zum ›Inhalt‹ hat«¹⁸, der schließlich wiederum selbst zum Medium werde. Mc Luhan stellt jene Auffassung auf den Kopf, nach der die Medien allgemein als »tote« Instrumente zu begreifen seien, durch die sich jede Botschaft gleichbleibend, unbeeinflußt von der Form des Mediums, filtern lasse. Mc Luhan hält an medialer Wirkung noch fest: allerdings nicht vom Inhalt her; *er verlegt die Wirkung in das Medium selbst*. Weshalb aber gerade die *Form* des Fernsehens die »Raffinessen der Kochkunst und des Weingenußes« zu steigern wußte, bleibt unklar.

Die Überzeugung, daß die Bedeutung des Inhalts quasi suspendiert sei, wird unter einer anderen Fragestellung zwei Jahrzehnte später von anderer Seite erneut aufgegriffen.

VIII

»ALLE MACHT DER SUPER-8«

Neben der pessimistischen Darstellung trat in den späten fünfziger und frühen sechziger Jahren eine optimistische Erwartung, die ihre Hoffnung auf die Entwicklung der neuen Super-8-Technik setzte. Ähnlich der Vorstellung Brechts, daß durch den Rundfunk der Rückkanal sich öffnen ließe, mithin nicht nur Distribution, sondern auch Produktion das Kommunikationsverhältnis bestimme, versprachen sich die Protagonisten von der neuen Technik einen *selbstproduktiven* Einsatz des Mediums. Die Möglichkeit der Selbstproduktion steigerte die Erwartung an Realismus. Mit dem Slogan »Alle Macht der Super-8« verband sich nicht nur die Überzeugung, die Eigenproduktion gegen professionellen Film und Fernsehen zu setzen, sondern auch die Technik dem Staatsmonopol entreißen und dadurch demokratisieren zu können. Die Kamera in der *eigenen* Hand sollte die neuerrungene Macht symbolisieren, die zuvor in den Händen anderer lag. Die Suche nach dem Produktionsmedium, das den Kreislauf öffentlicher Kommunikation schließt und das politische Bewußtsein schärft, schien für einen Lidschlag der Geschichte erfolgreich.

Doch die Kosten für die Anschaffung von Kamera und Zubehör sowie weitere Ausgaben für die minutenweise berechnete Entwicklung, die der Hobbyfilmer zu entrichten hatte, bevor er auch nur ein einziges seiner selbstproduzierten Bilder zu Gesicht bekam, waren immens. Was dann folgte, zeichnete sich oftmals durch Enttäuschung über die Qualität des Materials aus. Die bewegten Bilder auf der Leinwand wirkten wie eine Aneinanderreihung der üblichen, vom professionellen Standard aus minderwertigen Urlaubsfotos. Die Bedienung der Apparatur war zu kompliziert, die Technik, die eine gewisse Sensibilität im Umgang erfordert, für den massenhaften Einsatz nicht hinreichend ausgefeilt. Die Erwartung, mit Hilfe des neuen Produkts, in Laienhände gelegt, etwas Anspruchsvolles zu produzieren, erfüllte sich nicht, so daß die Episode der *Super-8* nur von kurzer Dauer war. Der mit dem »Massenmedium« verbundene Optimismus, die »Massen« würden die

mediale Erfahrung und Gestaltung der sozialen Wirklichkeit sich zu eigen machen, wurde durch technische Mängel Lügen gestraft.

Der Optimismus hat sich gleichwohl erhalten; er hat das Medium gewechselt, dadurch überlebt, daß er sich an moderne Techniken medialer Reproduktion im Glauben an den Fortschritt heftete.

»EIN EINFACHER SCHALTVORGANG«

Der optimistischen Erwartung, die periodisch stets mit der Weiterentwicklung und den wechselnden Formen neuer Kommunikationstechnologien wieder aufflammte, schließt sich Anfang der siebziger Jahre auch H. M. Enzensberger an. Neben Kabel- und Satellitentechnik formierte sich zu dieser Zeit die Video-Technik, die in Kombination mit dem Fernsehen abermals große Hoffnungen auf einen massenwirksamen und emanzipatorischen Einsatz weckte. Schlagworte wie »video-pluralism« und »television democracy« bestimmten die Diskussion.

Zuvor aber, in den frühen sechziger Jahren, nahm Enzensberger die Massenmedien als Instrumente politischer Herrschaft wahr. Seine Argumentation reflektierte auf die Funktion der Medien in Diktaturen, aber auch auf die Wirkung der in den demokratischen Staaten besonders verbreiteten »Bewußtseins-Industrie«. Als »Schlüsselindustrie des zwanzigsten Jahrhunderts« erfülle sie ihre Funktion darin, »die existierenden Herrschaftsverhältnisse, gleich welcher Art sie sind, zu verewigen«. Sie setze als abstraktes Recht bei jedem einzelnen nicht nur die Fähigkeit zur Entscheidung und Urteilskraft voraus, sondern bringe sie, als ihren eigenen Widerspruch, dauernd neu hervor. Die Bewußtseins-Industrie, die »Bewußtsein nur induzieren soll, um es auszubeuten«, ist von Enzensberger zwar nicht als hermetisches System gedacht – dem steht schon die deklarierte Widersprüchlichkeit entgegen –, doch stehe der Majorität eine »immer kleinere Anzahl von politisch Allmächtigen gegenüber«.¹⁹ Diese Formulierungen drücken die Überzeugung aus, daß mit Hilfe der Massenmedien das Bewußtsein nicht nur unmittelbar manipuliert werde, sondern daß die Manipulation als deren ausschließliches Programm hervortrete.

Um 1970 gibt Enzensberger diesen Pessimismus auf. In seinem »Baukasten einer Theorie der Medien« erschließt sich ihm eine neue Perspektive. Die Brechtsche Utopie von der Öffnung des Rückkanals scheint sich technisch erst vier Jahrzehnte nach ihrer Formulierung praktisch umsetzen zu lassen: »Zum ersten Mal in der Geschichte machen die Medien«, so postuliert Enzensberger in seinem »Baukasten«, »die massenhafte Teilnahme an einem gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozeß möglich, dessen praktische Mittel sich in der Hand der Massen selbst befinden.« Obwohl im Gegensatz zum Buchdruck den elektronischen Medien die Wechselseitigkeit der Struktur nach zugrundeliege, schleppten Funk, Film und Fernsehen in ihrer heutigen Verfassung nach wie vor »die autoritären und monologischen Züge mit, die sie von älteren Produktionsweisen ererbt haben«. Dieser beklagenswerte Zustand sei aber rasch, durch »einen einfachen Schaltvorgang« zu beheben, so daß jeder am Kommunikationsprozeß teilnehmen könne. Die durch »Dezentralisierung der Medienstruktur« bewirkte »Selbstorganisation der

Massen« führe zum Bruch des bestehenden Medienmonopols der herrschenden Klasse durch die produktive Partizipation.²⁰

Neu an der »Baukastentheorie« ist weder der Gedanke, daß die Öffnung des Rückkanals als strukturell möglich und das Aufheben des Einbahnstraßenprinzips als wünschenswert gilt, noch die Feststellung, daß die Verhinderung des Möglichen systemstabilisierend wirke. Aber die Behauptung, daß der Wechsel zum Greifen naheliege – dieser Optimismus verdient eine nähere Betrachtung. Als Beispiel für die durch die neuen Medien eingelöste Demokratisierung führt Enzensberger an, daß Informationen den Menschen sich nicht mehr ohne weiteres vorenthalten ließen: »Die Neuen Medien sind aktions- und nicht kontemplativ, augenblicks- und nicht traditionell orientiert. [...] Sie lösen 'geistiges Eigentum' schlechthin auf und liquidieren das 'Erbe', das heißt, die klassenspezifische Weitergabe des immateriellen Kapitals. Damit ist nicht gesagt, daß sie geschichtslos wären oder zum Schwund des geschichtlichen Bewußtseins beitragen. Sie erlauben es im Gegenteil zum ersten Mal, historisches Material so zu fixieren, daß es jederzeit vergegenwärtigt werden kann. Indem sie dieses Material gegenwärtigen Zwecken zur Verfügung stellen, machen sie jedem Benutzer klar, daß Geschichtsschreibung immer Manipulation ist. Doch ist das Gedächtnis, das sie bereithalten, nicht einer Gelehrtenkaste vorbehalten. Es ist gesellschaftlich. Die gespeicherte Information steht dem Zugriff aller offen.«²¹

Dies ist eine Darstellung, die die gesellschaftliche Realität von 1970 eher schönredet. Die *Behauptung* des Potentials gerät Enzensberger fast zur Garantie, daß es sich entbinden ließe. Die Tatsache, daß auf Informationen ein allgemeiner Zugriff besteht, besagt allein noch gar nichts darüber, ob die Menschen sie verstehen und in Zusammenhänge bringen können; ob sie sie überhaupt nutzen wollen; ob deren Kenntnis etwas wirklich Grundlegendes in ihrem Leben zu ändern vermöchte.

Wie bereits in seinem früheren Essay »Bewußtseins-Industrie« unterstellt Enzensberger, daß eine Wirkung von Medien ausgeht: nur jetzt eine positive. Diese Vorstellung läßt seinen Manipulationsbegriff nicht unberührt. Enzensberger verwirft das dualistische Konzept einer von einer Minorität gelenkten Masse. Die strikte Trennung von wahr und falsch, wie sie die Neue Linke der sechziger Jahre noch vornahm, hält er für überholt: Es sei ein Irrglaube, »in politischen und gesellschaftlichen Fragen eine reine, unmanipulierte Wahrheit« anzunehmen. Enzensberger weitet seinen Begriff von Manipulation derart aus, daß er fast ubiquitäre Geltung erlangt – um sich selbst aufzuheben: »Jeder Gebrauch der Medien setzt also Manipulation voraus. [...] Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht. Die Frage ist daher nicht, ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert. Ein revolutionärer Entwurf muß nicht die Manipulateure zum Verschwinden bringen; er hat im Gegenteil einen jeden zum Manipulateur zu machen.«²² Wenn aber jeder jeden manipuliert, entfallen die Objekte der Manipulation. Durch den Verzicht auf eine die soziale Wirklichkeit hinreichend differenzierende Begrifflichkeit begibt sich Enzensberger der Möglichkeit, die Beförderung der positiven Momente anders als durch umfassende Manipulation zu denken. Umfassende Manipulation bedeutet auch, daß jeder gleich gute oder gleich schlechte Voraussetzungen antrifft, unter denen er an der universalen

Manipulation teilhaben kann. Das Urbild der individuellen Reproduktion unter bürgerlichen Produktionsverhältnissen kehrt hier wieder: Alle haben gleiche Chancen, die jeden verpflichten, sich den allgemeinverbindlichen Regeln – hier denen der Manipulation – zu unterwerfen und sich dadurch als »mündige« Bürger auszuweisen.

AMBIVALENTES POTENTIAL

Anfang der achtziger Jahre greift Jürgen Habermas in seinen Reflexionen über die aktuellen »Aufgaben einer kritischen Gesellschaftstheorie« auf den zitierten optimistischen Gedanken zurück. In seiner »Theorie des kommunikativen Handelns« meint er, den Nachweis einer in lebensweltlichen Bezügen bewahrten kommunikativen Vernunft zu führen. Dieser Nachweis hat die realitätsferne Diagnose zur Konsequenz, daß sich heute »Privatsphäre und Öffentlichkeit im Lichte einer rationalisierten Lebenswelt« zeigen. Die Verlängerung der These von der Präexistenz kommunikativer Rationalität auf die Massenmedien läßt Habermas zufolge den Schluß zu, daß das Fernsehen als ein auf Sprache angewiesenes Medium sich des Transports von Rationalität nie gänzlich wird entziehen können. Die Massenmedien »lösen Kommunikationsvorgänge aus der Provinzialität raumzeitlich beschränkter Kontexte und lassen Öffentlichkeiten entstehen, indem sie die abstrakte Gleichzeitigkeit eines virtuell präsent gehaltenen Netzes von räumlich und zeitlich weit entfernten Kommunikationsinhalten herstellen und Botschaften für vervielfältigte Kontexte verfügbar halten«. Zwar konzidiert Habermas noch, daß die Massenmedien die Wirksamkeit sozialer Kontrolle erheblich verstärken könnten; aber die »Ausschöpfung dieses autoritären Potentials bleibt stets prekär, weil in die Kommunikationsstrukturen selber das Gegengewicht eines emanzipatorischen Potentials eingebaut ist«. Selbst abstrahierte und verdichtete Kommunikationszusammenhänge könnten »nicht zuverlässig gegen die Widerspruchsmöglichkeit zurechnungsfähiger Akteure abgeschirmt werden«. Habermas sucht seine These »empirisch« damit zu begründen, daß »die Sendeanstalten konkurrierenden Interessen ausgesetzt« seien und »die Sendungen keineswegs nur oder auch nur überwiegend den Standards der Massenkultur entsprechen, und selbst dann, wenn sie die trivialen Formen populärer Unterhaltung annehmen, sehr wohl kritische Botschaften enthalten können«.²³

Es ist zwar richtig, daß die Konkurrenz um Einschaltquoten – wie etwa in den USA – zur Etablierung sogenannter Kulturkanäle führen kann, indem sich Nischen bilden, die nicht quantitativ, sondern qualitativ, gleichwohl profitable, Bedürfnisbefriedigung betreiben (das kommt insoweit der Vorstellung nahe, die Enzensberger um 1970 positiv mit dem Medium verband); aber die umstandslose Inanspruchnahme des bloßen Vorhandenseins sogenannter »kritischer Botschaften« innerhalb der kulturindustriellen Produktion für die Wahrscheinlichkeit einer Wirkung solcher Botschaften, denen ein Potential kommunikativer Rationalität »eingebaut« sei, zeigt, daß die auf kommunikative Handlung fixierte Theorie quer zu empirischer Forschung liegt. Die Frage nach der Wirkung kulturindustrieller Produktion wäre allererst anzugehen, deren forschungsmethodische Beantwortung Habermas nicht einmal mehr anleiten könnte, – was nur solange nicht als Mangel empfunden werden kann, wie von einer positiven Hermeneutik jedweder Kommunikation

ausgegangen wird. Solche Hermeneutik, die sich mit dem blanken Inhalt von Kommunikation, der bewußt formulierten, medial inszenierten Botschaft bescheidet, wäre auf ihre Tauglichkeit erst noch zu prüfen.

Der Habermassche Optimismus speist sich aus der Annahme, daß das Versprechen auf Inhalt eine der Bedingungen sei, an die Medien gebunden bleiben. Da er aber weder Funktion noch Wirkung des Mediums in der gegenwärtigen Gesellschaft untersucht, der methodologische Blickwinkel ihn augenscheinlich mehr beansprucht, muß die Frage, ob das Versprechen des Inhalts heute möglicherweise ein anderes geworden ist, offenbleiben. Dadurch daß die Inhalte der Kommunikation *sui generis* für deren Funktionieren im Sinne des Erreichens des Adressaten selbst genommen werden, scheint auf methodologischer Ebene selbst noch die subversive untergründige Botschaft auf Verständigung gerichtet und in alltäglicher Nullkommunikation aufgehoben.

Der Transport von »messages« ist ohne das Versprechen auf Inhalt nicht denkbar. Das von Habermas diagnostizierte »ambivalente Potential« schöpft daraus seinen Anspruch. Wenn aber das Medium wirklich hinter seinem Versprechen zurückbleibt, ohne daß die Konsumenten abschalteten, es die Erwartung medial vermittelter Erfahrung gegen alle Fernsehrealität weckt, würde das die These, daß Fernsehen *sui generis* – nur weil überhaupt noch gesprochen wird – etwas derartiges wie kommunikative Vernunft hervorbringe, in Frage stellen – und die Annahme, daß selbst die Nullbotschaft noch Substantielles enthielte, als Täuschung entlarven, derer die Ideologie bedarf.

IX

DIE BUDDHISTISCHE MASCHINE

Den Gedanken, daß das Medium »null« Inhalt transportiert, entwickelt Enzensberger Ende der achtziger Jahre. Mittlerweile haben sich Kabel- und Satelliten-TV hierzulande etabliert. Folgen wie die eingangs beschriebene Verflechtung, die modifizierte Programmstruktur und das veränderte Konsumentenverhalten sind deutlicher hervorgetreten. Die Kommerzialisierung der Medienlandschaft in den achtziger Jahren verdrängte noch weiter die Möglichkeit, das Medium Radio im Sinne Brechts und Benjamins emanzipatorisch zu nutzen. Die Vermarktung des Fernsehens gewährt ungleich mehr Profit. An die Adresse derjenigen gerichtet, die die neuen Medien noch immer für die hehren Zwecke gesellschaftlicher Lernprozesse einspannen zu können glauben, nimmt Enzensberger sich selbstironisch auf den Arm: »eine Botschaft, die man sich aus manchem alten Medienbaukasten zusammenklauben kann«. Aus der Beobachtung, daß die medialen Regeln sich so weit angenähert haben, daß die Gleichgültigkeit über das Gesendete triumphiert, Kommunikation aus dem Medium gewichen scheint, formuliert er den Begriff des »Nullmediums«, dessen Konsument, »energisch einen Zustand ansteuert, den man als Programmlosigkeit bezeichnen kann«.²⁴ Neu an den neuen Medien sei, daß sie, weil sie nichts mehr zu übermitteln hätten, gar keine Medien mehr seien. Ähnlich äußerte sich Enzensberger schon Anfang der achtziger Jahre über die Printmedien, die, weil sie sich »der Forderung der Aktualität blindlings« unterwerfen, den Leser mit bedeutungslosen Vorgängen, also nur mit »Nullereignissen«²⁵ konfrontierten.

Fernsehen in seiner entwickelten Form habe sich nunmehr zu einer begriffs- und damit sprachlosen Apparatur perfektioniert, die jedes Programm, jede Bedeutung liquidiere: damit habe es sich zugleich seiner »wahren Bestimmung«²⁶ genähert.

Ging Enzensberger in seinem »Baukasten« noch davon aus, mit den neuen Medien eine *Wirkung* erzielen zu können, nivelliert das Nullmedium diese Möglichkeit. Bar jeder Wirkung, im schlechten, manipulativen wie im guten, emanzipatorischen Sinne, entbehrt es jeder Ideologie. Wo es nichts zu transportieren gibt, entfällt jede gewollte oder ungewollte Manipulation. Das Verhalten des Zuschauers, der, vor »jeder Programm-Illusion gefeit«, laut Enzensberger nichts mehr erwartet, zeige, daß er genau weiß, womit er es zu tun habe, nämlich »nicht mit einem Kommunikationsmittel, sondern mit einem Mittel zur Verweigerung von Kommunikation«. Darin liege der eigentliche Nutzen des Fernsehens: das Bedürfnis des Publikums nach Leere zu bedienen, als »buddhistische Maschine« die »einzige universelle und massenhaft verbreitete Form der Psychotherapie«²⁷ zu sein. Ähnlich wie McLuhan pocht diese Darstellung darauf, daß Fernsehen keinen Inhalt mehr habe. Während der eine verkündet: »the medium ist the message«, ergänzt der andere sinngemäß: »and that message is no message at all«²⁸.

Ob Enzensberger mit seiner These von der Programmlosigkeit, die nichts mehr bewirkt, im Gestus zu pauschal operiert; Günther Anders mit der Ideologielosigkeit der Ideologie, mit der Vertauschung von Matrix und Wirklichkeit recht hat; Enzensberger um 1970 und der frühe Brecht emanzipatorische Potentiale der Medien nur phantasiert haben; Huxley's Imagination einer Unterdrückung, die durch Vergnügen funktioniert, zutrifft – die Literaturlage ist, wie eingangs geschildert, außerordentlich konfus. Die Autoren scheinen allesamt mit ihren Urteilen desto ratloser zu sein, je drakonischer ihre Schlußfolgerungen ausfallen. In der Radikalität teilt sich dem Leser eine Art intellektuelle Not mit, die den Ausweg in der Verzweiflung sucht: Nichts scheint leichter angreifbar als das Fernsehen und seine einzelnen Sendungen; doch es entzieht sich einem Verständnis, das auf das Ganze des Mediums zielt, das bündig sagen will, was Fernsehen eigentlich ist. Dies ist umso bemerkenswerter, als die meisten Autoren nicht nur studienhalber fernsehen, sondern häufig selbst im Medium als geladene Gäste und freie Mitarbeiter auftreten.

Der Konfusion über das Medium Fernsehen, das nach der Literaturlage sowohl zivilisatorisches Verhängnis als auch ein Entwicklungsstadium der Förderung von Kommunikation sein soll, ist nur zu entrinnen, wenn man zu den medialen Veranstaltungen die Distanz einzunehmen sucht, zu der empirische Untersuchungen neugierige Forscher zwingen: Vor der Kritik steht die Anschauung. Um mit Oevermann zu sprechen, es hilft nichts, als »Zur Sache«²⁹ sich zu bemühen.

Die im nächsten Heft der Pädagogischen Korrespondenz erscheinende Analyse der »Lindenstraße« soll die gegenwärtige Produktion von Rezeptionsgewohnheiten erforschen und am Material erhellen, ob die Serie möglicherweise aus dem Dunstkreis des Nullmediums heraustritt. Die Untersuchung wird neben der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewählter Episoden Interviews mit den an der Produktion Beteiligten sowie eines Teils der regelmäßigen Zuschauer einbeziehen, wobei die Stichprobe auch jene Reaktionen umfassen wird, die in der Form des Leserbriefes sich Gehör zu schaffen suchen.

Anmerkungen

- 1 Vgl. auch die Resultate der Arbeitsgruppe für psychologische Marktanalysen (vorgestellt in Focus 10/1993, S. 110). Die Untersuchung forschte über Image und Profil der Fernsehsender. Als »Lieblingssender«, besonders unter den jüngeren Zuschauern, kristallisierte sich RTL heraus, obwohl die Befragten durchweg angaben, dessen Programme nicht häufiger als die der anderen Anbieter zu konsumieren. – Im ersten Halbjahr 1993 überrundete RTL mit über 20% durchschnittlicher Einschaltquote nicht nur seinen Hauptkonkurrenten SAT 1, sondern erstmals auch ARD und ZDF.
- 2 Vgl. D. Stolte: Fernsehen am Wendepunkt. Meinungsforum oder Supermarkt, München 1992, S. 11 f. Die kursiven Hervorhebungen stammen von Stolte selbst.
- 3 Vgl. Eckhard Henscheids Reaktion auf den Fernsehpfarrer Sommerauer (»Der geistliche Herr«, in: H. Kinder (Hg.): Die klassische Sau. Das Handbuch der literarischen Hoherotik, Zürich 1986, S. 387 ff.
- 4 Als Vorläufer der soap opera gilt die US-Hörfunkserie Amos »n« Andy, die von NBC ab 1929 an sechs Abenden der Woche für jeweils fünfzehn Minuten gesendet wurde. Da anfangs vornehmlich Seifenfabrikanten die Werbeblöcke mieteten, bürgerte sich der Name »Seifenoper« ein.
- 5 Zur Entstehung der bürgerlichen Sexualmoral vgl. Eduard Fuchs, Illustrierte Sittengeschichte in sechs Bänden, ausgewählt und eingeleitet von Thomas Huonker, Ffm. 1985.
- 6 SAT 1 verteilt derzeit an freiwillige Feuerwehren Videokameras, um für die geplante Katastrophensendung »Die Retter« an authentisches Material zu gelangen. Als »kleines Bonbon«, so ein Sprecher von SAT 1 großzügig, »darf der Filmfreund in Uniform das Gerät nach zwei gesendeten Rettungen sogar für sich behalten« (Die Zeit v. 12.2.1993).
- 7 Auf das Bedürfnis nach »Selektivität« reagierte die Unterhaltungsindustrie inzwischen durch die Produktion einer neuartigen Fernbedienung, die das manuelle zapping durch einen automatischen Wechselschaltmechanismus, der die Programme von 1 bis 30 im 10-Sekunden-Takt durchschaltet, überflüssig macht. Die einzelnen Fragmente verbinden sich zu einem diffusen Ganzen, das einzig durch den raschen Wechsel, den programmierten Fluß zusammengehalten wird und dem passiven Konsumenten suggeriert, er partizipiere immer wieder an etwas wirklich Neuem, Authentischem – an etwas Substantiellem.
- 8 Bertolt Brecht: Radiotheorie (1927–1932), in: Gesammelte Werke Bd. 18, Schriften zur Literatur und Kunst I, Werkausgabe Ffm. 1967, S. 119 – 134.
- 9 Zit. nach Der Spiegel 48/1992, S. 157.
- 10 gl. Walter Benjamin: Hörmodelle (1925 ff.), in: Schriften Bd. IV.2, Ffm. 1981, S. 628 ff.
- 11 Ders.: Radau um Kasperl (1932), in: ebd., S. 674 – 695.
- 12 Ders.: Zweierlei Volkstümlichkeit. Grundsätzliches zu einem Hörspiel (1932), in: ebd., S. 671 ff.
- 13 G. Anders: Die Antiquiertheit des Menschen (1956), Bd. 1, München 1987, S. 4; S. 126; S. 193.
- 14 Ebd. S. 195.
- 15 G. Anders: Die Antiquiertheit des Menschen (1980), Bd. 2, München 1987, S. 9.
- 16 Ders.: Vorwort zur 5. Auflage (1979), Bd. 1, I. c., S. VIII.
- 17 Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle, Düsseldorf 1968, S. 343 ff.
- 18 Ebd. S. 25.
- 19 H. M. Enzensberger: Bewußtseins-Industrie, in: ders.: Einzelheiten I, Ffm. 1962, S. 13; S. 15.
- 20 Ders.: Baukasten einer Theorie der Medien, in: Kursbuch 20, Berlin 1970, S. 160; S. 182; S. 167.
- 21 Ebd. S. 167.
- 22 Ebd. S. 163; S. 166.
- 23 J. Habermas: Theorie des kommunikativen Handelns, Bd. 2, Ffm. 1981, S. 573 ff.
- 24 H. M. Enzensberger: Die vollkommene Leere. Das Nullmedium. Oder warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind, in: Der Spiegel 20/1988, S. 241; S. 236.
- 25 Ders.: Der Triumph der Bild-Zeitung oder die Katastrophe der Pressefreiheit (1983), in: ders.: Mittelmaß und Wahn, Ffm. 1988, S. 87.
- 26 Ders.: Die vollkommene Leere ..., I. c., S. 238.
- 27 Ebd. S. 244.
- 28 Frei nach Bob Dylan: »[...] there's no success like failure and that-failure's no success at all«, Subterranean home-sick blues.
- 29 Ulrich Oevermann: Zur Sache. Die Bedeutung von Adornos methodologischem Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse, in: Friedeburg/Habermas (Hg.): Adorno-Konferenz 1983, Ffm. 1983.